

UDK 37

ISSN 2545 - 4439

ISSN 1857 - 923X

# INTERNATIONAL JOURNAL

Institute of Knowledge Management

# KNOWLEDGE



Scientific Papers

SOCIAL SCIENCES

Vol. 45. 1.

KIJ

Vol. 45

No. 1

pp. 1 - 328

Skopje 2021



**KNOWLEDGE**



**INTERNATIONAL JOURNAL**

**SCIENTIFIC PAPERS  
VOL. 45.1**

*April, 2021*



**INSTITUTE OF KNOWLEDGE MANAGEMENT  
SKOPJE**



**KNOWLEDGE**  
**International Journal Scientific Papers Vol. 45.1**

**ADVISORY BOARD**

Vlado Kambovski PhD, Robert Dimitrovski PhD, Siniša Zarić PhD, Maria Kavdanska PhD, Venelin Terziev PhD, Mirjana Borota – Popovska PhD, Cezar Birzea PhD, Veselin Videv PhD, Ivo Zupanovic, PhD, Savo Ashtalkoski PhD, Zivota Radosavljević PhD, Laste Spasovski PhD, Mersad Mujevic PhD, Milka Zdravkovska PhD, Drago Cvijanovic PhD, Predrag Trajković PhD, Lazar Stosic PhD, Krasimira Staneva PhD, Nebojsa Pavlović PhD, Daniela Todorova PhD, Baki Koleci PhD, Lisen Bashkurti PhD, Zoran Srzentić PhD, Sinisa Opic PhD, Marija Kostic PhD

**Print:** GRAFOPROM – Bitola

**Editor:** IKM – Skopje

**Editor in chief**

Robert Dimitrovski, PhD

**KNOWLEDGE - International Journal Scientific Papers Vol. 45.1**

**ISSN 1857-923X** (for e-version)

**ISSN 2545 – 4439** (for printed version)



**INTERNATIONAL EDITORIAL BOARD**

**President:** Academic, Prof. Vlado Kambovski PhD, Skopje (N. Macedonia)

**Vice presidents:**

Prof. Robert Dimitrovski PhD, Institute of Knowledge Management, Skopje (N. Macedonia)

Prof. Sinisa Zaric, PhD, Faculty of Economics, University of Belgrade, Belgrade (Serbia)

Prof. Venelin Terziev PhD, University of Rousse, Rousse (Bulgaria)

Prof. Mersad Mujevic PhD, Public Procurement Administration of Montenegro (Montenegro)

Prof. Tihomir Domazet PhD, President of the Croatian Institute for Finance and Accounting, Zagreb (Croatia)

**Members:**

- Prof. Azra Adjajlic – Dedovic PhD, Faculty of criminology and security, Sarajevo (Bosnia & Herzegovina)
- Prof. Aleksandar Korablev PhD, Faculty of economy and management, Saint Petersburg State Forest Technical University, Saint Petersburg (Russian Federation)
- Prof. Anita Trajkovska PhD, Rochester University (USA)
- Prof. Aziz Pollozhani PhD, Rector, University Mother Teresa, Skopje (N.Macedonia)
- Prof. Anka Trajkovska-Petkoska PhD, UKLO, Faculty of technology and technical sciences, Bitola (N. Macedonia)
- Prof. Aneta Mijoska PhD, Faculty of Dentistry, University “St. Cyril and Methodius”, Skopje (N. Macedonia)
- Prof. Alisabri Sabani PhD, Faculty of criminology and security, Sarajevo (Bosnia & Herzegovina)
- Prof. Artan Nimani PhD, Rector, University of Gjakova “Fehmi Agani” (Kosovo)
- Prof. Ahmad Zakeri PhD, University of Wolverhampton, (United Kingdom)
- Prof. Ana Dzumalieva PhD, South-West University “Neofit Rilski”, Blagoevgrad (Bulgaria)
- Prof. Ali Hajro, PhD, Military Academy “Mihailo Apostolski”, Skopje (N. Macedonia)
- Prof. Branko Sotirov PhD, University of Rousse, Rousse (Bulgaria)
- Prof. Branko Boshkovic, PhD, College of Sports and Health, Belgrade (Serbia)
- Prof. Branimir Kampl PhD, Institute SANO, Zagreb (Croatia)
- Prof. Baki Koleci PhD, University Hadzi Zeka, Peja (Kosovo)
- Prof. Branislav Simonovic PhD, Faculty of Law, Kragujevac (Serbia)
- Prof. Bistra Angelovska, Faculty of Medicine, University “Goce Delcev”, Shtip (N.Macedonia)
- Prof. Cezar Birzea, PhD, National School for Political and Administrative Studies, Bucharest (Romania)
- Prof. Cvetko Andreevski, Faculty of Tourism, UKLO, Bitola (N.Macedonia)
- Prof. Drago Cvijanovic, PhD, Faculty of Hotel Management and Tourism, University of Kragujevac, Vrnjacka Banja (Serbia)
- Prof. Dusan Ristic, PhD Emeritus, College of professional studies in Management and Business Communication, Novi Sad (Serbia)
- Prof. Darijo Jerkovic PhD, Faculty of Business Economy, University “Vitez”, (Bosnia & Herzegovina)
- Prof. Daniela Todorova PhD, “Todor Kableshev” University of Transport, Sofia (Bulgaria)
- Prof. Dragan Kokovic PhD, University of Novi Sad, Novi Sad (Serbia)
- Prof. Dragan Marinkovic PhD, High health – sanitary school for professional studies, Belgrade (Serbia)

- Prof. Daniela Ivanova Popova PhD, Faculty of Public Health and Sport, SWU Neofit Rilski, Blagoevgrad (Bulgaria)
- Prof. Dzulijana Tomovska, PhD, Faculty of Biotechnical sciences, Bitola (N.Macedonia)
- Prof. Evgenia Penkova-Pantaleeva PhD, UNWE -Sofia (Bulgaria)
- Prof. Fadil Millaku, PhD, University “Hadzi Zeka”, Peja (Kosovo)
- Prof. Fatos Ukaj, University “Hasan Prishtina”, Prishtina (Kosovo)
- Prof. Georgi Georgiev PhD, National Military University “Vasil Levski”, Veliko Trnovo (Bulgaria)
- Prof. Halit Shabani, PhD, University “Hadzi Zeka”, Peja (Kosovo)
- Prof. Halima Sofradzija, PhD, University of Sarajevo, Sarajevo (Bosnia and Herzegovina)
- Prof. Haris Halilovic, Faculty of criminology and security, University of Sarajevo, Sarajevo (Bosnia and Herzegovina)
- Prof. Helmut Shramke PhD, former Head of the University of Vienna Reform Group (Austria)
- Prof. Hristina Georgieva Yancheva, PhD, Agricultural University, Plovdiv (Bulgaria)
- Prof. Hristo Beloev PhD, Bulgarian Academy of Science, Rector of the University of Rousse (Bulgaria)
- Prof. Hristina Milcheva, Medical college, Trakia University, Stara Zagora (Bulgaria)
- Prof. Izet Zeqiri, PhD, Academic, SEEU, Tetovo (N.Macedonia)
- Prof. Ivan Marchevski, PhD, D.A. Tsenov Academy of Economics, Svishtov (Bulgaria)
- Prof. Ibrahim Obhodjas PhD, Faculty of Business Economy, University “Vitez”, (Bosnia & Herzegovina)
- Doc. Igor Stubelj, PhD, PhD, Faculty of Management, Primorska University, Koper (Slovenia)
- Prof. Ivo Zupanovic, PhD, Faculty of Business and Tourism, Budva (Montenegro)
- Prof. Ivan Blazhevski, PhD, Institute for Sociological, Political and Juridical Research, Skopje (N.Macedonia)
- Prof. Isa Spahiu PhD, AAB University, Prishtina (Kosovo)
- Prof. Ivana Jelik PhD, University of Podgorica, Faculty of Law, Podgorica (Montenegro)
- Prof. Islam Hasani PhD, Kingston University (Bahrein)
- Prof. Jamila Jaganjac PhD, Faculty of Business Economy, University “Vitez”, (Bosnia & Herzegovina)
- Prof. Jova Ateljevic PhD, Faculty of Economy, University of Banja Luka, (Bosnia & Herzegovina)
- Prof. Jonko Kunchev PhD, University „Cernorizec Hrabar“ - Varna (Bulgaria)
- Prof. Karl Schopf, PhD, Akademie fur wissenschaftliche forchung und studium, Wien (Austria)
- Prof. Katerina Belichovska, PhD, Faculty of Agricultural Sciences, UKIM, Skopje (N. Macedonia)
- Prof. Krasimir Petkov, PhD, National Sports Academy “Vassil Levski”, Sofia (Bulgaria)
- Prof. Kamal Al-Nakib PhD, College of Business Administration Department, Kingdom University (Bahrain)
- Prof. Kiril Lisichkov, Faculty of Technology and Metallurgy, UKIM, Skopje (N.Macedonia)
- Prof. Krasimira Staneva PhD, University of Forestry, Sofia (Bulgaria)
- Prof. Lidija Tozi PhD, Faculty of Pharmacy, Ss. Cyril and Methodius University, Skopje (N.Macedonia)
- Prof. Laste Spasovski PhD, Vocational and educational centre, Skopje (N.Macedonia)
- Prof. Larisa Velic, PhD, Faculty of Law, University of Zenica, Zenica (Bosnia and Herzegovina)
- Prof. Łukasz Tomczyk PhD, Pedagogical University of Cracow (Poland)



- Prof. Lujza Grueva, PhD, Faculty of Medical Sciences, UKIM, Skopje (N.Macedonia)
- Prof. Lazar Stosic, PhD, Association for development of science, engineering and education, Vranje (Serbia)
- Prof. Lulzim Zeneli PhD, University of Gjakova “Fehmi Agani” (Kosovo)
- Prof. Lisen Bashkurti PhD, Global Vice President of Sun Moon University (Albania)
- Prof. Lence Mircevska PhD, High Medicine School, Bitola, (N.Macedonia)
- Prof. Ljupce Kocovski PhD, Faculty of Biotechnical sciences, Bitola (N.Macedonia)
- Prof. Marusya Lyubcheva PhD, University “Prof. Asen Zlatarov”, Member of the European Parliament, Burgas (Bulgaria)
- Prof. Marija Magdinceva – Shopova PhD, Faculty of tourism and business logistics, University “Goce Delchev”, Shtip (N. Macedonia)
- Prof. Maria Kavdanska PhD, Faculty of Pedagogy, South-West University Neofit Rilski, Blagoevgrad (Bulgaria)
- Prof. Maja Lubenova Cholakova PhD, Faculty of Public Health and Sport, SWU Neofit Rilski, Blagoevgrad (Bulgaria)
- Prof. Mirjana Borota-Popovska, PhD, Centre for Management and Human Resource Development, Institute for Sociological, Political and Juridical Research, Skopje (N.Macedonia)
- Prof. Mihail Garevski, PhD, Institute of Earthquake Engineering and Engineering Seismology, Skopje (N.Macedonia)
- Prof. Misho Hristovski PhD, Faculty of Veterinary Medicine, Ss. Cyril and Methodius University, Skopje (N.Macedonia)
- Prof. Mitko Kotovchevski, PhD, Faculty of Philosophy, UKIM, Skopje (N.Macedonia)
- Prof. Milan Radosavljevic PhD, Dean, Faculty of strategic and operational management, Union University, Belgrade (Serbia)
- Prof. Marija Topuzovska-Latkovikj, PhD, Centre for Management and Human Resource Development, Institute for Sociological, Political and Juridical Research, Skopje (N.Macedonia)
- Prof. Marija Knezevic PhD, Academic, Banja Luka, (Bosnia and Herzegovina)
- Prof. Margarita Bogdanova PhD, D.A.Tsenov Academy of Economics, Svishtov (Bulgaria)
- Prof. Mahmut Chelik PhD, Faculty of Philology, University “Goce Delchev”, Shtip (N.Macedonia)
- Prof. Mihajlo Petrovski, PhD, Faculty of Medical Sciences, University “Goce Delchev”, Shtip (N.Macedonia)
- Prof. Marija Mandaric PhD, Faculty of Hotel Management and Tourism, University of Kragujevac, Vrnjacka Banja (Serbia)
- Prof. Marina Simin PhD, College of professional studies in Management and Business Communication, Sremski Karlovci (Serbia)
- Prof. Miladin Kalinic, College of professional studies in Management and Business Communication, Sremski Karlovci (Serbia)
- Prof. Marijan Tanushevski PhD, Macedonian Scientific Society, Bitola (N. Macedonia)
- Prof. Mitre Stojanovski PhD, Faculty of Biotechnical sciences, Bitola (N.Macedonia)
- Prof. Miodrag Smelcerovic PhD, High Technological and Artistic Vocational School, Leskovac (Serbia)
- Prof. Nadka Kostadinova, Faculty of Economics, Trakia University, Stara Zagora (Bulgaria)
- Prof. Natalija Kirejenko PhD, Faculty For economic and Business, Institute of Entrepreneurial Activity, Minsk (Belarus)
- Prof. Nenad Taneski PhD, Military Academy “Mihailo Apostolski”, Skopje (N.Macedonia)
- Prof. Nevenka Tatkovic PhD, Juraj Dobrila University of Pula, Pula (Croatia)
- Prof. Nedžad Korajlic PhD, Faculty of criminal justice and security, University of Sarajevo (Bosnia and Herzegovina)

- Prof. Nikola Sabev, PhD, Angel Kanchev University of Ruse, Ruse (Bulgaria)
- Prof. Nonka Mateva PhD, Medical University, Plovdiv (Bulgaria)
- Prof. Nikolay Georgiev PhD, “Todor Kableshkov” University of Transport, Sofia (Bulgaria)
- Prof. Nishad M. Navaz PhD, Kingdom University (India)
- Prof. Nano Ruzhin PhD, Faculty of Law, AUE-FON University, Skopje (N.Macedonia)
- Prof. Oliver Dimitrijevic PhD, High medicine school for professional studies “Hipokrat”, Bujanovac (Serbia)
- Prof. Paul Sergius Koku, PhD, Florida State University, Florida (USA)
- Prof. Primoz Dolenc, PhD, Faculty of Management, Primorska University, Koper (Slovenia)
- Prof. Petar Kolev PhD, “Todor Kableshkov” University of Transport, Sofia (Bulgaria)
- Prof. Pere Tumbas PhD, Faculty of Economics, University of Novi Sad, Subotica (Serbia)
- Prof. Rade Ratkovic PhD, Faculty of Business and Tourism, Budva (Montenegro)
- Prof. Rositsa Chobanova PhD, University of Telecommunications and Posts, Sofia (Bulgaria)
- Prof. Rossana Piccolo PhD, Università degli studi della Campania - Luigi Vanvitelli (Italy)
- Prof. Rumen Valcovski PhD, Imunolab Sofia (Bulgaria)
- Prof. Rumen Stefanov PhD, Faculty of public health, Medical University of Plovdiv (Bulgaria)
- Prof. Rumen Tomov PhD, University of Forestry, Sofia (Bulgaria)
- Prof. Sasho Korunoski PhD, UKLO, Bitola (N.Macedonia)
- Prof. Snezhana Lazarevic, PhD, College of Sports and Health, Belgrade (Serbia)
- Prof. Stojan Ivanov Ivanov PhD, Faculty of Public Health and Sport, SWU Neofit Rilski, Blagoevgrad (Bulgaria)
- Prof. Stojna Ristevska PhD, High Medicine School, Bitola, (N. Macedonia)
- Prof. Suzana Pavlovic PhD, High health – sanitary school for professional studies, Belgrade (Serbia)
- Prof. Sandra Zivanovic, PhD, Faculty of Hotel Management and Tourism, University of Kragujevac, Vrnjacka Banja (Serbia)
- Prof. Shyqeri Kabashi, College “Biznesi”, Prishtina (Kosovo)
- Prof. Temelko Risteski PhD, Faculty of Law, AUE-FON University, Skopje (N. Macedonia)
- Prof. Todor Krystevich, D.A. Tsenov Academy of Economics, Svishtov (Bulgaria)
- Prof. Todorka Atanasova, Faculty of Economics, Trakia University, Stara Zagora (Bulgaria)
- Prof. Tzako Pantaleev PhD, NBUniversity, Sofia (Bulgaria)
- Prof. Violeta Dimova PhD, Faculty of Philology, University “Goce Delchev”, Shtip (N. Macedonia)
- Prof. Vojislav Babic PhD, Institute of Sociology, University of Belgrade (Serbia)
- Prof. Volodymyr Denysyuk, PhD, Dobrov Center for Scientific and Technological Potential and History studies at the National Academy of Sciences of Ukraine (Ukraine)
- Prof. Valentina Staneva PhD, “Todor Kableshkov” University of Transport, Sofia (Bulgaria)
- Prof. Venus Del Rosario PhD, Arab Open University (Philippines)
- Prof. Vjollca Dibra PhD, University of Gjakova “Fehmi Agani” (Kosovo)
- Prof. Yuri Doroshenko PhD, Dean, Faculty of Economics and Management, Belgorod (Russian Federation)
- Prof. Zlatko Pejkovski, PhD, Faculty of Agricultural Sciences, UKIM, Skopje (N.Macedonia)
- Prof. Zivota Radosavljevik PhD, Faculty FORCUP, Union University, Belgrade (Serbia)
- Prof. Zorka Jugovic PhD, High health – sanitary school for professional studies, Belgrade (Serbia)

### **REVIEW PROCEDURE AND REVIEW BOARD**

Each paper is reviewed by the editor and, if it is judged suitable for this publication, it is then sent to two referees for double blind peer review.

The editorial review board is consisted of 63 members, full professors in the fields 1) Natural and mathematical sciences, 2) Technical and technological sciences, 3) Medical sciences and Health, 4) Biotechnical sciences, 5) Social sciences, and 6) Humanities from all the Balkan countries and the region.



---

CONTENTS

INVESTING IN HUMAN CAPITAL AS A PART OF STRATEGY FOR CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY: THE COMPANIES OF MONTENEGRO AND CAMPANIA .....	17
Vojislav Babic .....	17
Sinisa Zaric .....	17
IMMEDIATE AND LONG-TERM NEGATIVE IMPACTS OF COVID - 19 ON TOURISM .....	25
Tamara Gajić .....	25
Drago Cvijanović.....	25
A QUALITATIVE ANALYSIS OF SUSTAINABILITY BARRIERS OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES.....	33
Mirjana Borota Popovska .....	33
Marija Topuzovska Latkovikj.....	33
Vesna Zabijakin Chatleska .....	33
Blazhe Josifovski.....	33
DEVELOPMENT OF THE KNOWLEDGE ECONOMY IN SELECTED EUROPEAN COUNTRIES ..	39
Slobodan Cvetanović.....	39
Vladimir Kostić .....	39
Dragan Turanjanin.....	39
COLLECTIVE MEMORY TRANSFERRING KNOWLEDGE OF THE PAST TO FORM THE FUTURE.....	45
Plamena Yovchevska.....	45
Mihaela Mihailova.....	45
DEVELOPMENT OF INNOVATIVE ATTITUDES OF MANAGERS AS LEADERS OF CHANGE ..	51
Marina Badarovska Mishevska.....	51
Todor Kozuharov.....	51
SUSTAINABLE LEADERSHIP OF CHANGE FOR EFFECTIVE ORGANIZATIONAL CHANGE MANAGEMENT.....	61
Tamara Kaftandzieva.....	61
Leonid Nakov .....	61
GENDER BALANCE ON BOARDS – CASE OF BOSNIA AND HERZEGOVINA .....	69
Igor Todorović.....	69
THE ROLE OF LEADERS IN TEAM CONFLICT MANAGEMENT AND IMPROVING ORGANIZATIONAL CULTURE .....	77
Ljiljana Stošić Mihajlović .....	77
DIGITALIZATION AND INNOVATION AS A FACTOR IN INCREASING THE COMPETITIVENESS OF SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES .....	83
Radostina Emilova Yuleva – Chuchulayna .....	83
ANALYSIS OF VISITS TO TOURISM DESTINATIONS OF THE REPUBLIC OF SERBIA DUE TO THE COVID-19 PANDEMIC .....	89
Marija Lakićević.....	89
Milica Žarevac Bošković.....	89
Vladan Petrović .....	89
TRADITIONAL KNOWLEDGE AS A FACTOR OF AGRO-FOOD SECTOR DEVELOPMENT IN THE REPUBLIC OF SERBIA .....	95
Jelena Trlaković.....	95
Danijela Despotović .....	95
Lela Ristić.....	95

SPA & WELLNESS OFFER AS A DETERMINANT OF THE DEVELOPMENT OF ENVIRONMENTAL AWARENESS OF MANAGERS IN THE TOURISM SECTOR .....	101
Aleksadar Racz .....	101
Dora Smolčić Jurdana .....	101
Krešimir Rotim .....	101
CHALLENGES OF RECOVERY IN THE TOURISM SECTOR AFTER COVID-19 .....	107
Bedri Millaku .....	107
Bekë Kuqi .....	107
Elvis Elezaj .....	107
Skender Shala .....	107
THE NEEDS AND STRUCTURE OF MODERN TOURIST DESTINATIONS .....	113
Vladimir Kitanov .....	113
Tanja Angelkova Petkova .....	113
TOURISM DEVELOPMENT AS A PART OF ECONOMIC DEVELOPMENT EVIDENCE OF TOURIST FREQUENCY IN KOSOVO .....	119
Bedri Millaku .....	119
Bekë Kuqi .....	119
ABOUT THE RELATIONSHIP: "FINE MANAGEMENT SETTINGS" AND "SOUL OF THE ORGANIZATION" .....	125
Valentin Vasilev .....	125
ORGANIZATIONAL COMMUNICATIONS IN THE CONTEXT OF GOOD GOVERNANCE .....	131
Olga Chorbadzhiyska .....	131
PUBLICITY MODEL FOR HUMAN CAPITAL FORMATION AND EVALUATION AT UNIVERSITY LEVEL /THE CASE OF THE UNIVERSITY OF PLOVDIV/ .....	137
Mina Angelova .....	137
Atanas Vladikov .....	137
THE EFFECTS OF PROFESSIONAL DEVELOPMENT OPPORTUNITIES ON JOB SATISFACTION .....	145
Branka Zolak Poljašević .....	145
Marija Todorović .....	145
THE INFLUENCE OF MOTIVATION ON WORKER PRODUCTIVITY AND JOB SATISFACTION .....	151
Svetlana Trajković .....	151
Branislav Stanisavljević .....	151
Ljiljana Stošić Mihajlović .....	151
HR MANAGEMENT IN THE PUBLIC SECTOR OF THE REPUBLIC OF KOSOVO .....	157
Betim Spahiu .....	157
Muhamet Halili .....	157
Kushtrim Zebica .....	157
Refik Havolli .....	157
BUSINESS ETHICS IN SOCIAL ENTERPRISES .....	165
Milica Stanković .....	165
Gordana Mrdak .....	165
Suzana Stojanović .....	165
Branislav Stanisavljević .....	165
EMERGING TRENDS IN CAREER MANAGEMENT OF MODERN ORGANIZATIONS DURING CRISIS CONDITIONS .....	171
Vili Vucheva .....	171

INTEGRATING BUSINESS ETHICS AND BUSINESS STRATEGY .....	177
Milica Stanković.....	177
Gordana Mrdak.....	177
Suzana Stojanović.....	177
Branislav Stanisavljević .....	177
THE IMPACT OF INNOVATION ON BUSINESS PERFORMANCE .....	185
Suzana Stojanović.....	185
Milica Stanković.....	185
JUST IN TIME AS A MODERN PRINCIPLE OF INVENTORY MANAGEMENT .....	193
Denis Stojkanović.....	193
Zdravka Petković.....	193
Lazar Ivanov .....	193
PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP MODEL CONSIDERATIONS ON BIOECONOMY AND TRANSFER OF BIOTECHNOLOGIES IN THE BULGARIAN COSMETICS AND PERFUMERY INDUSTRY /THE CASE OF THE BULGARIAN UNIVERSITY PROJECT “VITA PLUS”/ .....	199
Petar Raychev .....	199
Atanas Vladikov .....	199
THE IMPACT OF THE PRIVATE SECTOR CREDITS ON THE ECONOMIC GROWTH IN THE REPUBLIC OF NORTH MACEDONIA .....	205
Dashmir Saiti .....	205
Borce Trenovski .....	205
ECONOMIC IMPLICATIONS FROM THE GLOBALIZATION PROCESS TO LESS DEVELOPED COUNTRIES .....	211
Vlatko Paceskoski.....	211
Vesna Georgieva Svrtinov.....	211
THE RELATIONSHIP BETWEEN THE GDP AND UNEMPLOYMENT RATE IN NORTH MACEDONIA .....	221
Gordana Serafimovic .....	221
CAPITAL AND POPULATION AS FACTORS FOR ECONOMIC DEVELOPMENT IN LESS DEVELOPED COUNTRIES.....	227
Vlatko Paceskoski.....	227
Vesna Georgieva Svrtinov.....	227
FINANCIAL LITERACY AND FINANCIAL EDUCATION - A CONDITION FOR ACHIEVING INDIVIDUAL AND SOCIAL WELL-BEING .....	239
Rumyana Vitnyova .....	239
ASPECTS OF ACCOUNTING TREATMENT AND ANALYSIS OF STAFF INCOME.....	245
Rositsa Ivanova.....	245
ACCOUNTING ESTIMATES IN THE CONTRACTS FOR DRY AND WET LEASING IN AIR TRANSPORT .....	253
Valentina Staneva.....	253
Hristo Stanev .....	253
FINANCIAL FRAUDS AND CRIMES RELATED TO THE FINANCIAL STATEMENTS OF PENSION FUNDS.....	259
Maia Iankova Natchkova.....	259
FINANCIAL DESIGN OF INNOVATIVE BIOTECH PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIPS /THE CASE OF THE BULGARIAN UNIVERSITY PROJECT “VITA PLUS”/ .....	265
Trayan Yosifov .....	265
Atanas Vladikov .....	265
DIGITAL TRADE: CHALLENGES AND OPPORTUNITIES FOR DEVELOPING COUNTRIES ....	271
Emilija Miteva-Kacarski.....	271
Kostadinka Panova .....	271

---

THE IMPACT OF THE TECHNOLOGICAL CHANGES ON THE PAYMENT METHOD .....	277
Marina Blazhekovikj Toshevski .....	277
BASEL III AND CORPORATE FINANCIAL MANAGEMENT PERSPECTIVES IN SERBIAN BANKING SECTOR.....	283
Ivana Marinović Matović .....	283
Vladan Vučić .....	283
SOME ASPECTS OF THE DEVELOPMENT OF WOMEN'S ENTREPRENEURSHIP IN BULGARIA AND THE UNITED STATES: A COMPARATIVE ANALYSIS .....	291
Petya Nikolova .....	291
ENTREPRENEURSHIP AND THE ROLE OF WOMEN ENTREPRENEURSHIP IN ECONOMIC GROWTH.....	299
Merita Bakiji.....	299
SALE AS A FACTOR OF BUSINESS DEVELOPMENT .....	303
Kushtrim Qamili.....	303
INNOVATION IN THE FUNCTION OF BRAND STRENGTHENING .....	307
Slobodan Cvetanović.....	307
Milica Grujić.....	307
THE IMPORTANCE OF MANAGEMENT IN CREATING A BRAND IN THE FOOD INDUSTRY	313
Goran Mitev.....	313
EMPOWERING AN EMPLOYER BRAND THROUGH THE BRAND'S PERSONALITY CONCEPT .....	321
Ivana Marković.....	321
Biljana Rabasović.....	321
Mladen Vičentić .....	321



## THE NEEDS AND STRUCTURE OF MODERN TOURIST DESTINATIONS

**Vladimir Kitanov**

University “Goce Delcev” Stip, N. Macedonia, [vladimir.kitanov@ugd.edu.mk](mailto:vladimir.kitanov@ugd.edu.mk)

**Tanja Angelkova Petkova**

University “Goce Delcev” Stip, N. Macedonia, [tanja.angelkova@ugd.edu.mk](mailto:tanja.angelkova@ugd.edu.mk)

**Abstract:** The efficient and effective development of the tourist destination presupposes the existence of a certain tourist product that can be placed on an adequate tourist market. The formation of a tourist product depends (conditionally) on the attractiveness of the space in which the development of the tourist destination is planned. The modern development of tourism imposes a constant need to improve the existing ones, and qualitatively design and create new attractions in the formation of the tourism product. The concept for development of a new tourist destination should be focused on the quality and attractiveness of the destination and their organized valorization. The attractiveness of the space is often a decisive factor when deciding on tourist movements. The existence of natural and anthropogenic attractions affects the fact that certain destinations are beginning to attract tourists.

**Keywords:** Development, economic effects, modern needs, tourist space and tourist destinations

## ПОТРЕБИТЕ И СТРУКТУРАТА НА СОВРЕМЕНИТЕ ТУРИСТИЧКИ ДЕСТИНАЦИИ

**Владимир Китанов**

Универзитет “Гоце Делчев“, Штип, С. Македонија, [vladimir.kitanov@ugd.edu.mk](mailto:vladimir.kitanov@ugd.edu.mk)

**Тања Ангелкова Петкова**

Универзитет “Гоце Делчев“, Штип, С. Македонија, [tanja.angelkova@ugd.edu.mk](mailto:tanja.angelkova@ugd.edu.mk)

**Апстракт:** Ефикасниот и ефективен развој на туристичката дестинација претпоставува постоење на одреден туристички производ што може да се пласира на адекватен туристички пазар. Формирањето туристички производ зависи (условно) од привлечноста на просторот во кој се планира развој на туристичката дестинација. Современиот развој на туризмот наметнува постојана потреба од подобрување на постојните, и квалитативно дизајнирање и создавање нови атракции во формирањето на туристичкиот производ. Концептот за развој на нова туристичка дестинација треба да биде насочен кон квалитетот и привлечноста на дестинацијата и нивната организирана валоризација. Атрактивноста на просторот е често одлучувачки фактор кога се донесува одлука за туристичките движења. Постоенето на природни и антропогени атракции влијае на фактот дека одредени дестинации почнуваат да привлекуваат туристи.

**Клучни зборови:** Развој, економски ефекти, современи потреби, туристички простор и туристички дестинации

Бројни претходни, теоретски и емпириски примери укажуваат дека важноста на туристичката дестинација во развојот на туризмот е од суштинско значење, се гледа од просторен аспект (со неговите елементи) јадрото на целокупниот развој на туризмот. Имајќи предвид дека просторот е основен елемент за развој на туризмот, и прифаќањето дека туристичка дестинација е просторно и функционално индивидуален и определен простор во кој е организирана туристичката понуда, тогаш е јасно дека без простор нема развој на туризам, односно без туристичка дестинација. Треба да се нагласи дека е исклучително важно да се планира и правилно да се насочи развојот на нови туристички дестинации како главна рамка за организација и развој на туризмот. Од географски аспект, како географски индивидуален простор, може да се одреди туристичка дестинација во рамките на континент, регион, реон, земја. Преку туристичката дестинација треба да се изрази одредена територијалност на мотивите и евентуално функционалноста на туристичкиот сообраќај, во зависност од тоа дали тие се веќе развиени или нови дестинации. За теоретска дефиниција и апликативно утврдување на улогата и значењето на новата туристичка дестинација во развојот на туризмот, особено е важно да се знаат и планираат основните елементи клучни за развојот на туризмот: атрактивни, функционални, материјални и организациски.

Атрактивни, природни и антропогени елементи се објекти и карактеристики на просторот со кој се поврзани мотивите на туристичките движења.

Функционалните елементи го одразуваат степенот на туристичка подвижност на атрактивните елементи за целите на туристичкиот сообраќај. Затоа, овие елементи треба да ја одразуваат формата и степенот на привлечност на потенцијалната дестинација за целите на туристичкиот сообраќај.

Материјалните елементи се всушност претставници на материјалната база врз која директно се темелат туристичките услуги и целата туристичка економија. Услужниот дел од материјалната основа, тогаш структурата и квалитетот на услугите се прецизно усогласени со планираниот обем на функционални елементи. Профитабилноста на финансиските инвестиции во туристичката индустрија е исто така условена од предвидување и планирање на материјалните елементи.

Организациските елементи имаат за цел да ги организираат и да ги стават во функција сите претходни елементи со цел поефикасно реализирање на туристичкиот сообраќај. Токму ова позиционирање може да се надмине со законски мерки и активности пред се преку материјалната основа, на пр. дозволено е изградба на хотели со само 4-5 ѕвездички, апартмани со повеќе од три ѕвездички, хотелско земјиште по кревет 60 м<sup>2</sup>, површина на базен од 3 м<sup>3</sup>, потоа затворање на нелиценцирани објекти и на оние на кои им е одземена лиценцата поради немодернизација. Вториот најголем приход по глава на жител во Шпанија е постигнат во Мајорка, стапката на невработеност (13,8%) е далеку под локалниот просек.

Улогата на новата туристичка дестинација во развојот на туризмот е основна. Таа претставува нова централна точка или место каде што ќе се сретнат понудата и побарувачката на туристите и ќе се реализираат услугите. Основната и стимулативна моќ на новата дестинација во развојот на туризмот се манифестира преку:

- комбинација на многу хетерогени елементи во новиот простор со цел да се создаде туристичка понуда,
- создавање и реализација на туристички производ,
- спојување на природни и антропогени атракции и нивна валоризација,
- обезбедување на имплементација покрај туризмот и други активности, пред се економските
- обезбедување директна комуникација помеѓу туристите и домаќините.

Важноста на новите туристички дестинации во развојот на туризмот се рефлектира во нивниот придонес кон растот и развојот на туризмот, како од просторни, организациски и економски, така и од други аспекти. Новите туристички дестинации овозможуваат: запознавање на нови простори со бројни нови содржини и вредности, исполнувајќи ги желбите и љубопитноста на туристите за нови, недоживевани, невидени, од една страна, додека, од друга страна, овозможуваат туристичката понуда да ја збогати сопствената содржина и зголемување на приходите.

Современата економска анализа и истражување често ја користат системската теорија за да ги објаснат и анализираат сложените социјални појави и процеси. Доколку општата теорија на системот го дефинира системот „како збир на меѓусебно зависни, меѓусебно поврзани делови или елементи кои заедно формираат функционална целина“, тогаш туристичката дестинација како подсистем во рамките на туризмот како систем е од централно значење. Елементите на системот ги постигнуваат основните цели доколку функционираат врз принципот на синергија. Дестинацискиот пристап кон развојот на туризмот, колку што е сведен на административно дефинирани области, во суштина не се разликува од националниот пристап, регионален или континентален, додека просторниот критериум е неопходен. Денес се повеќе се зборува за дестинацијата како основна развојна единица на туризмот, што подразбира неопходност од воведување дестинациски пристап кон управувањето и планирањето на развојот на туризмот. Кога станува збор за планирање на развојот на туризмот во / на нова дестинација, тогаш ние првенствено тргнуваме од функциите и функционалните улоги на елементите, во таа планирана област што не е историски или административно дефинирана.

Искуството од пракса покажува дека новата дестинација треба да биде повеќе дефинирана и обликувана од аспект на пазарот, додека од административна гледна точка многу помалку. Претпоставката дека туристичката дестинација е систем што содржи различни елементи, го отежнува процесот на создавање на материјална основа и развој на туризмот. Создавањето на материјалната основа и развојот на туризмот претпоставува усогласување на бројни елементи кои директно или индиректно учествуваат во формирањето на туристичкиот систем на дестинацијата. Концептот на дестинација за создавање на материјална основа и развој на туризмот ги содржи сите елементи на системски пристап, бидејќи ја препознава дестинацијата како комплексен систем од територијален аспект што обединува различни ресурси и субјекти во меѓусебните интерактивни односи. Постојат области кои имаат здрава природна средина, интересни антропогени вредности и развојот на туризмот во нив сигурно би имал пошироки ефекти, но, тие немаат соодветна материјална основа, особено не неговиот комуникациски дел, што е предуслов за организирање на туристичка понуда.

Дестинацискиот развоен пристап на туристичката економија како систем ја имплицира туристичката дестинација како основен подсистем дефиниран од пазарот. Концептот на дестинација за развој на туристичката индустрија ги содржи сите елементи на системскиот пристап кон управувањето, бидејќи се обидува да ја препознае дестинацијата како комплексен социјален (суб) систем, одреден просторен опсег, кој комбинира различни ресурси и субјекти во интерактивни односи. Затоа, управувањето со создавањето на материјалната основа на нова туристичка дестинација може да се сфати како составен дел од управувањето со покомплексниот економски систем, во кој дестинациите се подсистеми.

Иако системот за дестинација ги содржи сите елементи, како и глобалниот систем, неговата вредност е во тоа што овозможува попрецизно (на пониско ниво на апстракција) познавање на карактеристиките на феноменот и природата на односот што го предизвикува туризмот во одредена средина. Дестинација е простор каде што може да се развие систем што ја одразува реалната состојба во пракса, т.е. не мора високо ниво на генерализација.

Концептот на дестинација за развој на туризмот, како идејна и функционална рамка на туризмот, како систем што се перципира на ниво на дестинација. Концептот е поставен така што тој едноставно ја покажува меѓузависноста на динамичките, статичките и резултирачките елементи на туристичката економија и нивните влијанија, со сите карактеристики на побарувачката на туризам и понудата на туризам. Динамичките елементи се претежно претставници на побарувачката, статички се повеќе на страната на понудата, додека резултирачките имплицираат ефекти на развојот на туризмот на ниво на дестинација.

Доминацијата на мотивите и природните услови ја диктираат целта и структурата на материјалната основа и го условуваат можниот вид на туризам и новата дестинација. Факторите на привлечност може да се групираат во природни и антропогени. Онаму каде што природните услови се основа, тогаш создадени - антропогените претставуваат камен-темелник, главниот столб. Креирање на материјална основа за туризам во нова дестинација (развој на дестинација) бара стручна анализа и проценка на повеќе фактори, имено:

- елементи на природната средина: нивна физиолошка, естетска и технолошка валоризација. Задачата за физиолошката проценка обично се состои во утврдување на степенот на соодветност на природните услови за престој, одмор и рекреација на туристи (луѓе).

Психолошката и естетската валоризација има за цел да ги утврди емоционалното влијание и вредноста на елементите на географскиот пејзаж, додека технолошката анализа се обидува да ги утврди можните форми на туристичка експлоатација на природната средина и модалитетите на нивна реализација со избирање на оптимални локации,

- антропогени елементи на географската средина со цел да се утврди степенот на нивната туристичка привлечност (урбани населби, археолошки локалитети, архитектонски структури, потоа елементи на културата - материјални и духовни). Комплетна анализа на привлечноста на овие фактори бара интердисциплинарен пристап, односно вклучување на историјата на уметноста, етнологија, етнографија, археологија, социологија и други дисциплини,

- географска положба на природни и антропогени елементи (позиција во однос на основните елементи на географската средина), сообраќај-географска (позиција во однос на главните насоки на движењето на туристите) и степенот на нивната концентрација или дисперзија во дестинацијата,

- локации на секој елемент или систем на туристичка инфраструктура,

- насоки, структура, обем и динамика на движењето на туристите, обрнете посебно внимание на нивната типолошка класификација од гледна точка на динамиката и големината на просторот во кој се случуваат,

- влијанието на инфраструктурната конструкција и надградбата врз трансформацијата на физиономијата на просторната дестинација,

- деградационен ефект на туризмот врз одредени елементи на природната средина и природните комплекси на дестинацијата и

- социо-економски услови на развој на туризмот во новата дестинација.

Развојот на нова туристичка дестинација, како главна цел, само по себе, треба да подразбира дефинирање на стратешките насоки на развој на туризмот во: организациски, материјално-технички, кадровски и деловно-политички (значи државни прописи).

Едноставно, потребно е професионално и одговорно да се предвиди, планира, гради и организира целокупната материјална и нематеријална основа за развој на туризмот.

Според нашето теоретско и практично знаење, општите принципи на интервенција во дестинацискиот простор преку градење на инфраструктура и надградбата вклучуваат:

- воспоставување функционална структура на рекреативни објекти и броеви капацитети според

барањата на потенцијалните клиенти и меѓународните стандарди,

- обезбедување на бројот и големината на пешачките зони, потоа улиците, разните галерии со интересни асортимани во трговските области итн. и
- правила дека сите приземни простории на идните станбени и комерцијални згради во централните делови на дестинацијата мора да бидат наменети за комерцијални или некомерцијални објекти, или обезбедување на т.н. поврзани атракции (комплементарни активности).

Уредувањето на привлечни амбиентални единици во рамките на програмата за ревитализација на старите градски области (доколку ги има) мора да се одвива во фази, каде што во секоја фаза мерките и средствата ќе бидат концентрирани на еден локалитет. Реконструкцијата и ревитализацијата на старите историски населби, доколку ги има, не треба да се прават фронтално, туку во фази, и да се обезбеди обемот на работа за да се спречи уривањето на овие населби, што е предвидено во постојните урбанистички планови. Растечката, континуирана и разновидна побарувачка за уредени рекреативни области и соодветни сместувачки капацитети во атрактивни средини, засновани на компаративни предности, го одредува рангот на секоја туристичка дестинација во нивната хиерархиска мрежа. Хиерархиската мрежа на постојните туристички дестинации (HMTD), како подмножество на целокупната мрежа на развој на туризмот, не е дадена еднаш и засекогаш во атрактивните локалитети, што, се разбира, подлежат на промени во многу поголема мрежа. Покрај тоа, не сите локалитети се целосно и подеднакво привлечни, и со текот на времето, акцентите во структурата на побарувачката се менуваат. Целите во однос на повисокиот прилив на девизи, како и долгорочните цели на развој на туризмот на почетокот на 21 век се засноваат на претпоставка за многу поинтензивна експлоатација на нови дестинации. Организацијата на туристички и рекреативни комплекси, програми и низа различни нематеријални содржини во рамките на обединувањето на понудата, вклучително и поорганизирано обезбедување на услуги без пансиони, како важен услов за постигнување на дадените цели. Сепак, концентрирањето на овие приоритети во обид да се искористи нивната поинтензивна употреба за да се обезбеди раст на девизниот прилив и вкупното трошење на туристи е невозможно без соодветна материјална основа. Зголемувањето на бројот на туристи бара воведување на бројни специјализирани услуги и иновации во нематеријалната база, што е рационално да се организира само кога ќе се достигне одредена критична маса и фреквенција на оваа категорија посетители до дестинацијата. Ова се однесува на информатиката (од туристички мапи и кревети, ТВ, весници и радио информации на странски јазици, прегледи на важни туристички настани, организирана продажба на информации и материјали), како и комуникации во форма на (организирање специјални тури низ околината, ефикасно уредување на знаци, табли и патокази со повеќејазични упатства и пораки), рекреација (обезбедување услови за ексклузивни рекреативни потреби) и создавање на сите горенаведени на интернет. Неопходно е нивото на квалитет да одговара на меѓународните стандарди во опремата на инфраструктурата и надградбата за да може да се очекуваат позначајни ефекти од туризмот.

Како суштински, основните елементи (или структурата на основните елементи) на туристичката дестинација се посочуваат: сообраќајна инфраструктура, атрактивни елементи, туристички услуги, информативни капацитети и туристи. На самиот почеток, т.е. фаза на предвидување и планирање на просторот во кој и / или каде би бил организиран развој на нова дестинација, пред да започнете да ја создавате материјалната основа, потребно е да се разгледаат следниве елементи:

- географска положба на идната дестинација во однос на главните меѓународни сообраќајни патишта,
- позиција на идната дестинација во однос на главните туристички региони во светот,
- општ економски развој на блиското и далечното опкружување и можности за инфраструктурно поврзување со нив.

Сепак, постојат многу примери во светот, како што е концептот на Мек Дизнилендизација, кои влијаат на однесувањето на (индивидуалните) туристи за кои новите технологии (видео, интернет и сл.) Не само што се подготовка за патување, туку и се замена за тоа, нови форми на организација за годишни одмори и сл. Некои теоретичари на постмодерниот туризам ја наведуваат огромната популарност на вештачките туристички дестинации, како што се Дизниленд, Лас Вегас итн. Освен Дизниленд и Лас Вегас, постојат и други примери на вештачки дестинации или дестинации со добро организирана и изградена материјална база на туризам (иако во конкретниот пример на Лас Вегас, сите објекти за материјална база не се изградени исклучиво за туризам). Вештачките туристички дестинации ја потврдуваат тезата дека човечкиот фактор има одлучувачка улога во создавањето на материјалната основа и развојот на целокупниот туризам. Едноставно, дури и таму каде што нема природни атракции, можно е да се создадат вештачки, но без оглед на привлечноста, повторно природата со своите елементи (воздух, сончева светлина, климатски услови или проблеми) има неизбежна улога.

Развојот на материјалната основа на туризмот во потенцијалните туристички дестинации не може да се направи на универзален начин, врз принципот како другите го прават тоа или како тоа се прави на други дестинации, едноставно затоа што секоја дестинација е специфична на одреден начин. Спецификите на материјалната основа на туризмот се условени, меѓу другото, и со спецификите на туристичката побарувачка. Развојот на нови туристички дестинации е условен од бројни фактори, почнувајќи од видот, квантитетот и квалитетот на постојните ресурси, туристичко-географската позиција, трендовите на глобалниот туристички пазар, специфики, итн.

Сите туристички атракции на областа каде што се развива новата дестинација може да се групираат / поделат на природни и антропогени атракции, каде повторно во рамките на овие две групи има атракции. Туристичките дестинации, и развиени и нови, ги привлекуваат туристите со својата привлечност (и природна и антропогена), што, во зависност од нивната доминација, го условува развојот на туризмот. Обидувајќи се да укажат на важноста на привлечноста и карактеристиките на дестинацијата во развојот на туризмот, некои теоретичари наведуваат пет типа (форми) на туризам, дефинирани и класифицирани според карактеристиките на дестинацијата и мотивите на туристите кои се причина за нивната пристигнување на дестинацијата.

Сепак, за развој на туристичка дестинација е потребен интердисциплинарен пристап, бидејќи покрај просторот и човекот како основни фактори, за развој на дестинацијата се потребни и сообраќај, инфраструктура, надградба, т.е. целата туристичка индустрија. Затоа, многу е важно планирање и организација на развој на туризмот, до ограничените можности, притоа почитување на принципите на животната средина. Туристичката понуда на дестинацијата е составена од понуди на голем број индивидуални превозници, односно компании од туристичката економија. За квалитетна понуда, потребно е да се усогласат овие индивидуални носители на туристичката понуда (привлечност на просторот и природните процеси, услови за живот, комуникација, транспорт, информации наменети за туристите, самите туристи итн.).

Развојот на нова туристичка дестинација се одвива во области кои поседуваат одредени квалитети. Со валоризација на одредени вредности кои претставуваат предност на одреден простор на туристичкиот пазар, започнува создавањето на туристичка дестинација. Процесот на развој на една дестинација, од потенцијална до развиена (со организирана туристичка понуда), е сличен на процесот на животниот циклус на производот што е присутен за време на истражувањето на развојот на дестинацијата.

Атрактивноста на просторот во недопрена природа може да остане во неговата оригинална форма и во контакт со локалното население, сè до организирана експлоатација од страна на човекот. Со зголемувањето на бројот на посетители, просторот станува „тесен и несоодветен“ за зголемениот број посетители, така што има промена во просторот, инвестирање на средства и целокупната опрема. Така, туристичките ресурси со своите компоненти влијаат на привлечноста на мотивите и изборот на туристичка дестинација. Анализирајќи ги природните и антропогените туристички мотиви, како и развојот на инфраструктурата, добиваме потенцијални можности за ресурси за пласман на регионот на домашниот и странскиот туристички пазар. Некои теоретичари дури ја потврдуваат важноста на туристичките атракции во развојот на нови туристички дестинации со поделба на туристичките дестинации од аспект на привлечноста на примарни и секундарни туристички дестинации.

Ако, на самиот почеток на создавањето на материјалната основа, уредот не успее во смисла на лошо планирање и дизајн на инфраструктурата и надградбата, подоцнежните корекции се многу скапи, а често и невозможни. Со користење или валоризирање на предмети и вредности на природата во дестинациската област за целите на туризмот (ставајќи ги во функција на задоволување на потребите на туристите и истовремено нивно комерцијализирање), тие стануваат ресурси на туристичкиот производ. Многу е важно да се спомене двојниот начин на користење на природните ресурси, имено: во опиплива и нематеријална форма. Некои научници, од економски аспект, ги делат сите природни ресурси на: сончева светлина и топлина, ресурси во земјата и извори на биосфера.

Од аспект на туризмот, изворите на биосферата (вода, воздух, флора, фауна и сл.) се особено интересни, како и сончевата светлина и топлината. Сите ресурси од економски аспект се поделени на исцрпливи и неисцрпни, потоа, исцрпните се поделени на обновливи (флора и фауна, ..) и необновливи (јаглен, нафта, гас, ..), неисцрпни влезови (вода, ветер, воздух), соларна енергија, ..), и од аспект на туризмот, сите тие можат да бидат исцрпни доколку еколошките принципи не се почитуваат за време на употребата. Менаџментот одговорен за развој на материјалната основа, туризмот во новата дестинација, мора да ги почитува овие принципи и да ги применува принципите на концептот на одржлив развој кој нуди три ставови или алтернативи на управувањето: правно, пазарно, став на сите засегнати страни.

Конечно, за да можат туристичките услуги на нова дестинација да ги исполнат барањата на корисниците,

односно на туристите, тие мора да имаат вградени карактеристики на привлечност, односно понуди со карактеристики што се од голема важност за корисниците.

#### ЛИТЕРАТУРА

- Butler, R.W. (1980). „The Concept of Tourism Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources“, Canadian Geographer, No. 1;
- Crespi-Vallbona, M., & Mascarilla-Miró, O. (2020). Street art as a sustainable tool in mature tourist destinations: a case study of Barcelona. International Journal of Cultural Policy, 1-15.
- Douglas, N & Derrett, R. (2019). Special Interest Tourism. Brisbane: John Wiley & Sons.
- De Chernatony, McDonald, M. (2005). „Creating Powerful Brands“, Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford;
- ETC. (2018). Annual report 2018. Brisel: European Travel Commision.
- ETC. (2018). NTO Budget Survey 2018. Brussels: European Travel Commission .
- Horner, S., & Swarbrook, J. (2020). International cases in tourism management, Elsevier, London
- Middleton, V. F.-H. (2009). Marketing in Travel and Tourism. Oxford: ButterworthHeinemann.
- Mihailović<sup>121</sup>, B., & Popović<sup>122</sup>, V. (2017). The role of segmentation and positioning in the development of modern tourist market in Serbia. Modern management tools and economy of tourism sector in present era, 550.
- Moufakkir, O., & Burns, P.M. (eds) (2012). Controversies in Tourism. Cambridge: CAB International.
- Weaver, D. (2019). Tourism managment, Milton Old, David Rule